

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU BELANJA *ONLINE*
DI TOKOPEDIA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Revita Mustika Chandra

NPM: 130320351

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2018**

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU BELANJA *ONLINE* DI
TOKOPEDIA**

Disusun Oleh:

Revita Mustika Chandra

13 03 20351

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.

12 Desember 2017

Skripsi

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU BELANJA *ONLINE* DI
TOKOPEDIA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Revita Mustika Chandra
NPM: 13 03 20351**

**Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada tanggal 12 Januari 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Program Studi Manajemen**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

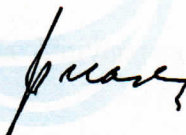
Anggota Panitia Penguji



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.



Nadia Nila Sari, SE., MBA.



Drs. P. Didit Krisnadewara, MM

**Yogyakarta, 12 Januari 2018
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU BELANJA *ONLINE* DI
TOKOPEDIA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam bentuk catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Desember 2017

Yang menyatakan



Revita Mustika Chandra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan penyertaan- Nya kepada penulis sehingga dapat berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Website, EWOM, Perceived Benefits dan Kepercayaan terhadap Perilaku Belanja Online di Tokopedia”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Banyak kesulitan dan tantangan yang penulis alami dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan segala rasa terima kasih dan hormat yang tulus kepada beberapa pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka penulis akan menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE. M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, memberikan kritik, masukan dan membimbing selama proses pembuatan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, kakak, om Jonh Riskaliano, dan aunty Jannet Wright yang tidak pernah lelah memberikan perhatian, semangat dan doa agar dapat menyelesaikan skripsi dan studi S1.
3. Seluruh dosen pengajar, staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis selama menempuh

pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

4. Sahabat-sahabatku Satria Ajie Purnomo, Kevin Andrean, yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
5. Sahabat-sahabatku tersayang dan tercinta Kepompong Oyee yaitu Agatha Verina, Raymundus Andriaji, Carlos Alexander, Erick Zilco, Andre Setyawan, Dimas Birowo, Ivan Franco, Nicholas Memo, Dika Riana, dan Galuh Amedeo yang selalu menghibur dan memberikan semangat dalam menempuh pendidikan S1 sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Teman-temanku yang lain Novi, Inneke, Andrettyn, Soh, Dian, serta teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
7. Teman-teman satu bimbingan Dika, Pras, Loky, Detty, dan Darma yang selalu berbagi cerita, ilmu, ide dan pengalaman selama penyusunan skripsi.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih atas segala doa, motivasi, dan semangat yang diberikan kepada penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan informasi bagi semua pembaca.

Penulis



Revita Mustika Chandra

DAFTAR ISI	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN SUSUNAN PANITIA PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	9
1.3.Tujuan Penelitian	10
1.4.Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	12
2.1. <i>E-commerce</i>	12
2.2.Kualitas <i>Website</i>	14

2.3. <i>Electronic Word-of-Mouth</i>	18
2.4. <i>Perceived Benefits</i>	20
2.5. Kepercayaan	21
2.6. Perilaku Belanja <i>Online</i>	23
2.7. Penelitian Sebelumnya	25
2.8. Pengembangan Hipotesis	28
2.9. Kerangka Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Lokasi Penelitian	32
3.2. Subjek dan Objek Penelitian	32
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.2. Sampel	33
3.3.3. Metode Pengambilan Sampel	33
3.4. Metode Pengumpulan Data	34
3.5. Definisi Operasional	35
3.5.1. Kualitas <i>Website</i>	36
3.5.2. <i>Electronic of Mouth</i>	36
3.5.3. <i>Perceived Benefits</i>	36

3.5.4. Kepercayaan.....	37
3.5.5. Perilaku Belanja <i>Online</i>	37
3.6. Pengujian Instrumen Penelitian.....	38
3.6.1. Uji Validitas	38
3.6.2. Uji Realibilitas	41
3.7. Metode Analisis Data.....	42
3.7.1. Analisis Regresi Linear Sederhana	42
3.7.2. Analisis Linear Berganda.....	44
3.7.3. Analisis Mediasi.....	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Penjelasan Penelitian	49
4.2. Analisis Karakteristik Demografi	49
4.2.1. Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.2. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.3. Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan	51
4.2.4. Persentase Pembelian <i>Online</i> di Tokopedia.....	52
4.2.5. Persentase Informasi Pembelian Barang di Tokopedia	53
4.2.6. Persentase Rata-Rata Transaksi Responden	54
4.2.7. Persentase Informasi Responden	54
4.2.8. Persentase Kepuasan Responden	55
4.3. Analisis Regresi	56
4.3.1. Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap <i>Perceived Benefits</i>	56

4.3.2. Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap <i>EWOM</i>	57
4.3.3. Pengaruh <i>Perceived Benefits</i> , Kepercayaan dan Kualitas <i>Website</i> terhadap Belanja <i>Online</i>	58
4.3.4. Analisis Mediasi.....	61
4.4. Pembahasan Analisis.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Implikasi Manajerial	71
5.3. Keterbatasan Penelitian	73
5.4. Saran	73
Daftar Pustaka	74
Lampiran I	Jurnal Acuan
Lampiran II	Kuesioner
Lampiran III	Jawaban Responden Kuisisioner
Lampiran IV	Uji Reliabilitas dan Validitas
Lampiran V	Uji Regresi Linear Sederhana
Lampiran VI	Uji Regresi Linear Berganda
Lampiran VII	Uji Regresi Mediasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penetrasi Penggunaan Internet Indonesia	2
Gambar 1.2	Komposisi Penggunaan Internet Indonesia 2016.....	3
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian	31
Gambar 3.1	Model Regresi Linear Sederhana 1	43
Gambar 3.2	Model Regresi Linear Sederhana 2	44
Gambar 3.3	Model Regresi Linear Berganda	45
Gambar 3.4	Model Mediasi 1	46
Gambar 3.5	Model Mediasi 2	47
Gambar 3.6	Klasifikasi Tipe Mediasi	48
Gambar 4.1	Hasil Uji Regresi Berganda	60
Gambar 4.2	Hasil Uji Mediasi I.....	62
Gambar 4.3	Hasil Uji Mediasi II	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Peta E-commerce Indonesia.....	6
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas	39
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.1	Presentase Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2	Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3	Presentase Responden Pendapatan Perbulan	51
Tabel 4.4	Presentase Responden Berdasarkan Pembelian 6 Bulan Terakhir.....	52
Tabel 4.5	Persentase Rata-Rata Transaksi Responden di Tokopedia.....	54
Tabel 4.6	Persentase Responden Mengenai Kepuasan Terhadap Tokopedia.....	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas <i>Website</i> terhadap <i>Perceived Benefits</i>	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas <i>Website</i> Terhadap <i>EWOM</i>	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh <i>Perceived Benefits</i> , Kepercayaan dan Kualitas <i>Website</i> Terhadap Belanja <i>Online</i>	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Mediasi I.....	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Mediasi II	63

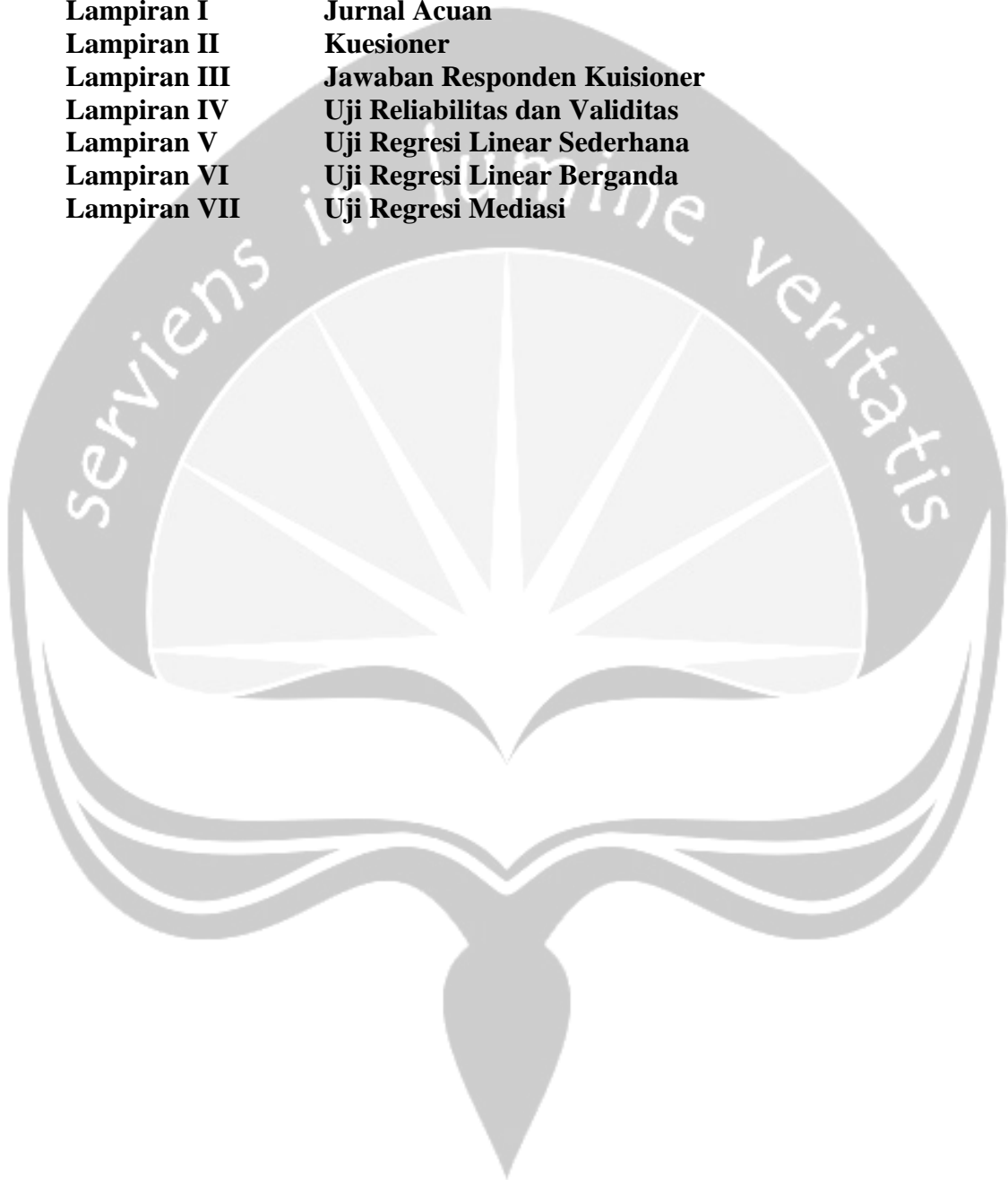
DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Presentase Pembelian Responden Berdasarkan Jenis Barang	53
Grafik 4.2	Diagram Persentase Informasi Repsonden Terhadap Tokopedia	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Jurnal Acuan
Lampiran II	Kuesioner
Lampiran III	Jawaban Responden Kuisisioner
Lampiran IV	Uji Reliabilitas dan Validitas
Lampiran V	Uji Regresi Linear Sederhana
Lampiran VI	Uji Regresi Linear Berganda
Lampiran VII	Uji Regresi Mediasi



**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE*, *EWOM*, *PERCEIVED BENEFITS*,
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU BELANJA *ONLINE* DI
TOKOPEDIA**

Disusun oleh:

Revita Mustika Chandra

NPM: 130320351

Pembimbing

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas *website*, *EWOM*, *perceived benefits*, dan kepercayaan (*trust*) terhadap perilaku belanja *online*. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa yang berada di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisioner secara *online* kepada responden dan data terkumpul sebanyak 202 kuisioner. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, dan mediasi yang dibantu dengan program *SPSS versi 22*.

Hasil penelitian dari regresi linier sederhana menunjukkan bahwa variabel kualitas *website* secara keseluruhan berpengaruh positif pada variabel *perceived benefits* dan variabel kualitas *website* secara keseluruhan berpengaruh positif pada variabel *EWOM*. Sedangkan pada regresi linear berganda, hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas *website* dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan pada perilaku belanja *online*, sedangkan *perceived benefits* tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku belanja *Online*. *EWOM* sebagai variabel mediasi berfungsi memediasi hubungan antara variabel kualitas *website* dan kepercayaan dan hasilnya dapat diketahui bahwa kualitas *website* berpengaruh secara langsung pada kepercayaan dan secara tidak langsung juga berpengaruh pada kepercayaan melalui *EWOM* sebagai variabel pemediasi. Hubungan antara variabel kualitas *website* dan perilaku terhadap belanja *online* dengan kepercayaan sebagai variabel pemediasi, setelah dianalisis dapat dilihat bahwa kualitas *website* berpengaruh secara langsung pada kepercayaan dan secara tidak langsung juga berpengaruh pada perilaku pada belanja *online* melalui kepercayaan sebagai variabel pemediasi.

Kata Kunci: Kualitas *Website*, *E-WOM*, *Perceived Benefits*, Kepercayaan, *Online Shopping*, Perilaku Belanja Konsumen